

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КИНЕМАТОГРАФИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ И ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

И.И. Малыгина

*Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург
студентка 1 курса магистратуры, ilonamalygina56@mail.ru*

Научный руководитель: к.э.н., доцент Я.С. Тестина, СПбГУ

Работа посвящена изучению потенциала развития кинематографического туризма на территории Санкт-Петербурга и Ленинградской области. В работе рассмотрены структурные и теоретические аспекты кинематографического туризма, зарубежный опыт развития данного вида туризма, социально-экономический эффект от его внедрения, а также проведен анализ существующих возможностей и проблем развития кинематографического туризма в дестинации.

Ключевые слова: кинематографический туризм, кинотуризм, Санкт-Петербург, Ленинградская область, кинематографический тур, нишевый вид туризма

Кинематограф, отличающийся созданием ярких образов, также формирует облик города и ландшафтов, использованных в съемках. Эти образы остаются в сознании зрителей и подталкивают их к путешествию, для того чтобы погрузиться в обстановку из фильма и сериала. Но приехать к месту съемок довольно часто недостаточно. Важно знать факты о съемках, необходима правильная подача этой информации, атмосфера, то, с чем предлагает помочь кинематографический туризм.

Санкт-Петербург является одной из самых популярных дестинаций в России. Город привлекает как россиян, так и зарубежных туристов, многие из которых посещают Северную Венецию не один и не два раза. Искушенный стандартными петербургскими достопримечательностями турист ищет новые креативные маршруты и аттракции. Решить этот вопрос сможет кинематографический туризм: открыть новое в известных локациях и показать аттракции, которые туристы проходили мимо десятки раз, но никогда не замечали.

Кинематографический туризм (кинотуризм) — это вид культурного туризма по мотивам просмотренных лент, в том числе сериалов или мультипликационных фильмов, с целью посетить места, показанные в них (иногда они оказываются замененными); места, где проходили съемки (в том числе киностудии), которые могут и не совпадать со снятыми в фильме (в них уже после съемок могут быть «доделаны» детали), или тематические парки, воссоздающие обстановку фильмов [Белова, 2018].

История кинематографического туризма началась сравнительно недавно: термин «movie induced tourism» был предложен американскими специалистами Р. Рилей и К. Ван Дореном в 1992 году. Их концепция положила начало новому подвиду культурно-познавательного туризма — кинематографическому туризму (кинотуризму) [Riley et al., 1992]. Изучение кинематографического туризма носит комплексный характер и включает в себя аспекты таких дисциплин, как социология и психология, а также отраслевые секторы: от кинопроизводства до маркетинга направлений, развития сообщества и стратегического планирования. Это достаточно малоизученная и неосвоенная область исследований туризма.

Кинотуризм как особый вид туризма обладает рядом отличительных характеристик: 1) кинематографический туризм существует на стыке двух отраслей экономики: туризма и киноиндустрии; 2) кино и сериалы выступают как промоутеры разных видов туризма, популяризируют ту или иную деятельность; 3) произведения киноиндустрии являются промоутерами конкретных локаций съемок; 4) инфраструктура, созданная изначально для производства фильма, в последующем может быть использована для развития кинематографического туризма на съемочной локации.

Акселерационный эффект кинематографического туризма

Индустрия кино и туризм оказывают влияние друг на друга, так, например, в некоторых регионах в результате бума кинематографического туризма, он стал играть важную роль в местной экономике. Влияние кинотуризма можно увидеть в Новой Зеландии, где были сняты «Властелин колец» и «Хоббит»; в Великобритании, где одними из наиболее известных брендов являются фильмы о Джеймсе Бонде и Гарри Поттере; в Северной Ирландии росту турпотока способствуют локации съемок Игры Престолов [Белова, 2018]. При этом, увеличение числа посетителей — не единственный

показатель «успеха» в кинотуризме. Скорее лучшую осведомленность, знакомство туристов с дестинацией и повторные посещения следует рассматривать как показатели успеха [Beeton, 2010].

Россия не отстает от мировых трендов. В Пермском крае существуют тематические туры и экскурсии по местам фильма «Географ глобус пропил». Например, пермскими школьниками был создан аудиогид по 6 местам, расположенным в Закамске [Пермские..., 2019], а для любителей приключенческого туризма есть маршруты сплавов по реке Усьва, повторяющие поход героев фильма. Также важно, что туристские организации взаимодействовали со съемочной группой и способствовали подготовке маршрута, по которому были произведены съемки сплава [Сплав..., 2014]. Другим примером является фильм «Левиафан», локации которого уже много лет привлекают туристов в Мурманскую область. В Санкт-Петербурге проводятся многочисленные экскурсии по мотивам фильмов «Брат» и «Приключения Шерлока Холмса и доктора Ватсона». А для иностранных туристов популярным является маршрут по местам британского сериала «Война и мир».

Увеличение роли туризма в экономике дестинации может улучшить уровень жизни населения, помогая поддерживать текущий уровень занятости и, способствуя созданию новых рабочих мест для безработных и зависящих от социального обеспечения.

Кинематографический туризм может также привести к повышению уровня гордости за дестинацию (населенный пункт, город, регион, страну) и чувства принадлежности, в дополнение к признанию среди жителей того, что они обладают чем-то, чего желают другие, например, спокойствием маленькой рыбацкой деревушки. Сила изображения фильма может работать конструктивно, предоставляя жителям положительное представление о своем городе, если они считают изображение дестинации в фильме реалистичным, вызывающим воспоминания и желательным [Beeton, 2005].

Это является важным фактором развития населенных пунктов, так как помогает удерживать население в малых городах и поселках, а также улучшать их уровень жизни за счет личного участия населения в таких мероприятиях. В случае реализации последнего, кинематографический туризм можно охарактеризовать как соответствующий устойчивому развитию. Это значит, что туризм обеспечивает сбалансированное использование туристских ресурсов при поддержании социально-культурных особенностей жителей, а также создает условия для реализации долгосрочных экономических процессов, учитывая при этом интересы всех сторон.

Во время съемок создается локальная инфраструктура, которая после может использоваться в туризме. Это могут быть как созданные ландшафты, например, декорации Сарай-Бату из фильма «Орда», расположенные в Астраханской области, так и дороги, здания утилитарного назначения. Кинематограф способен также создать привлекательный, яркий образ региона, создать региональный бренд и привлечь туристов в целом.

Туристско-рекреационный потенциал кинотуризма в Санкт-Петербурге и Ленинградской области

Санкт-Петербург является одним из центров кинопроизводства, здесь расположена Старейшая киностудия России — «Ленфильм», историю которой принято отсчитывать с 1914 года. Именно в театре «Аквариум» (в настоящее время 4-й павильон «Ленфильма») состоялся первый в России киносеанс.

В настоящее время киностудия «Ленфильм» остается крупнейшей съемочной площадкой в Санкт-Петербурге и Ленинградской области, которая представляет широкий спектр услуг для кинопроизводства. Помимо этого, «Ленфильм» будет интересен и для туристов — киностудия также является знаковым культурным пространством. Здесь расположены: кинотеатр, в котором показывают в том числе авторское и фестивальное кино; кинокафе; реализуются просветительские мероприятия (лекции, мастер-классы); экспозиция, которая рассказывает о тонкостях производства фильмов [Официальный..., 2022].

Также на киностудии проводятся экскурсии. Туристы увидят подлинные костюмы из фильмов «Золотой коллекции» «Ленфильма» и даже смогут попасть в съемочные павильоны. Например, в зале «Под колоннами» разместились самые ценные и интересные экспонаты — мебель и реквизит, используемый при съемках эпох XVIII–XIX веков. Этот реквизит использовался в съемках британского мини-сериала «Война и мир», который привлекает иностранных кинотуристов в Северную столицу. Зал «Ленфильм. Война и кино» не только демонстрирует реквизит для съемок военных кинокартин, но и подлинные исторические предметы. Одно из самых интересных мест, которые посетят экскурсанты, это «ГаражЪ», в котором выставлены подлинные ретро автомобили [Ленфильм..., 2022].

Другим ресурсом для развития кинематографического туризма являются ландшафты съемок. Санкт-Петербург играл важную роль в съемках многих кинокартин, здесь были отсняты: многосерийный фильм «Приключения Шерлока Холмса и доктора Ватсона», культовый фильм «Брат», «Невероятные приключения итальянцев в России» (1973 год), «Окно в Париж» (1993 год), «Питер FM» (2006 год), «Довлатов» (2018 год), «Матильда» (2017 год) и многие другие [Сухобская, 2018].

Ландшафты Ленинградской области (ЛО) также были задействованы при кинопроизводстве. Например, часть съемок фильма «Брат» проходила в крепости Корела, расположенной в Приозерске. Эпизоды фильма «Лето» (2018 год), сюжет которой рассказывает о группе «Кино» и В. Цое, были отсняты в Сосновом Бору и на берегу Финского залива в Ручьях [Какие..., 2020]. Район Ладожского озера также любят режиссеры: здесь и в селе Проточное в Приозерском районе Ленинградской области проходили съемки фильма «Особенности национальной охоты» (1995 год). Ландшафты Ладого, Зеленогорска, Выборга, Приозерска, Сосново были главными точками съемок фильма А. Звягинцева «Возвращение» (1995 год) [Стоп..., 2020].

При этом, Санкт-Петербург и Ленинградская область будут интересны и иностранным туристам, которые могли видеть их в таких фильмах как: «Онегин» (британско-американский фильм 1999 года); «Война и мир» (британский драматический мини-сериал 2016 года), места съемок которого уже сейчас привлекают иностранных туристов; «Механик» (американский боевик 2005 года) и другие.

Сравнительно недавно можно было заметить заинтересованность иностранных инвесторов в российских кинопроектах. Например, по информации газеты «Коммерсантъ» в 2021 году крупнейший стриминговый сервис Netflix заключил первый контракт с отечественной студией «1–2–3 Production», которая входит в «Газпром-медиа», на производство современной версии «Анны Карениной». [Анна..., 2021] Ранее компания приобрела права на уже готовые проекты, например, сериалы «Эпидемия» и «Лучше, чем люди» [Netflix..., 2020]. Такие проекты выходят в рамках категории Netflix Originals и дублируются на другие языки, что способствует продвижению проектов для пользователей по всему миру.

Отдельно стоит отметить кинокартину «Серебряные коньки» (2020 год), которая стала первым российским фильмом, показанным в рамках программы Netflix Originals. Съемки проходили как в Санкт-Петербурге, так и в Кронштадте, Гатчине и Всеволожске, а также в павильонах. Авторы постарались использовать декорации различных дворцов, которые не часто появляются в кино. Например, в кадре появлялись Большой Гатчинский дворец, Музей прикладного искусства, Юсуповский, Мраморный, Шереметевский (Фонтанный дом) дворцы, а также дворец Великого князя Владимира Александровича (Дом ученых) [Где..., 2020].

Санкт-Петербург играет важную роль в фильме, можно сказать, что город является одним из главных героев. Город предстает перед зрителями не в своем реалистичном, серьезном, мрачном или драматичном образе, как в произведениях Достоевского или фильмах 1990–2000-х годов, а в более волшебном, праздничном, нарядном и красивом амплуа, что несомненно привлечет внимание зрителей, а затем и туристов. Как было указано ранее, для развития кинематографического туризма важна эмоциональная связь зрителя с ландшафтами съемок фильма. Кинокартины и сериалы, в которых сеттинг связан с Санкт-Петербургом, во многом соблюдают это условие, поэтому как город, так и Ленинградская область являются притягательными для кинотуристов.

Экскурсии являются неотъемлемой частью кинематографического туризма. В Санкт-Петербурге и области существуют тематические маршруты по фильмам и сериалам. Например, на официальном городском туристском портале Санкт-Петербурга в разделе маршруты есть кинематографические экскурсии: «Приключения Шерлока Холмса и доктора Ватсона», «По местам съемок телесериала «Война и мир»», «По местам съемок фильма «Питер FM»», «По следам киногероев фильма «Брат»», «Город и кино. Санкт-Петербург в объективе кинокамеры», «В поисках детектива. По местам съёмок легендарного фильма «Приключения Шерлока Холмса и доктора Ватсона»» [Маршруты..., 2022].

Экскурсий по местам съемок фильмов достаточно много. Их проводят как энтузиасты, так и профессиональные гиды, экскурсоводы, разрабатывают туристические фирмы. В то же время, тематические кинематографические туры по Санкт-Петербургу не представлены широко, что создает нишу для этого продукта. В настоящее время предложение кинематографических туров на рынке ограничено парой десятков турпродуктов (в основном представлены экскурсиями, туров практически нет), которые используют повторяющиеся локации и аттракции, связанные в основном с советскими

фильмами, а достопримечательности, связанные с фильмами, вышедшими в последние 5 лет отсутствуют за редким исключением.

Государственная программа Санкт-Петербурга «Развитие сферы туризма в Санкт-Петербурге» определяет одной из приоритетных задач обеспечение диверсификации туристского продукта с целью роста и более равномерного распределения туристских потоков. Для этого необходимо развитие не только традиционных для дестинации видов туризма, но и новых, более нишевых, к которым относится кинематографический туризм. Также создание новых маршрутов и экскурсий способствует поддержанию интереса к богатому культурно-историческому наследию Санкт-Петербурга.

Помимо этого, ключевым становится процесс интеграции Санкт-Петербурга в межрегиональные туристские проекты, такие как «Серебряное ожерелье России», способствующие акселерации туристского потенциала регионов Северо-Западного федерального округа [Постановление..., 2017].

Для того, чтобы оценить потенциал Санкт-Петербурга и Ленинградской области с точки зрения перспектив развития кинематографического туризма был проведен SWOT-анализ дестинации, который представлен в таблице 1

Таблица 1 — SWOT анализ Санкт-Петербурга и Ленинградской области с точки зрения перспектив развития кинематографического туризма

	Возможности (ВО)	Угрозы (УГ)
	1) Большое количество разнообразных локаций, как природных, так и архитектурных достопримечательностей; 2) Создание межрегиональных маршрутов кинематографического туризма; 3) Привлечение инвестиций.	1) Переполненность дестинации в летние и пиковые периоды; 2) Сложно конкурировать с уже существующими иностранными брендами (Бондиана, Гарри Поттер и т.д.); 3) Небольшое количество доступной информации о местах и процессе съемок.
Сильные стороны (СИС) 1) Узнаваемый бренд Санкт-Петербурга и ЛО; 2) Транспортная доступность и развитая инфраструктура; 3) Узнаваемые достопримечательности — локации съемок фильмов.	1. Проведение международных форумов для деятелей киноиндустрии (например, AFCI Cinesposium); 2. Создание площадок в интернете с информацией о фильмах и локациях съемок, в Санкт-Петербурге и ЛО; 3. Привлечение иностранных кинокомпаний для съемок в России.	1. Привлечение кинематографических туристов в периоды спада турпотока с целью снижения сезонности туризма; 2. Создание или использование уже известных брендов, например, Шерлока Холмса.
Слабые стороны (СЛС) 1) Необходимость больших стартовых инвестиций, т.к. кинематографический туризм слабо развит; 2) Слабая осведомленность населения о кинематографическом туризме.	1. Субсидирование развития кинематографического туризма государством, в том числе создание совместных программ развития туризма и кинопроизводства; 2. Проведение маркетинговых мероприятий, например, рекламных кампаний с участием актеров известных фильмов, для большей осведомленности населения о кино-туризме и узнаваемости локаций; 3. Поиск партнеров и инвесторов.	1. Работа с кинокомпаниями по совместному продвижению и созданию фильмов и маршрутов (Пример: «Географ глобус пропил» — туристская фирма разработала маршрут сплава, который был показан в фильме, а после показа кинокартины стала использовать маршрут для туристов).

SWOT-анализ отражает наиболее важные аспекты, которые необходимо учитывать при разработке маркетинговых стратегий и концепций развития кинематографического туризма и дестинации.

Заключение

В результате проведенного анализа потенциала развития кинематографического туризма на территории Санкт-Петербурга и Ленинградской области можно сделать несколько выводов, которые являются значимыми для создания стратегии продвижения кинематографического туризма в Санкт-Петербурге и Ленинградской области. К таким выводам можно отнести:

- достаточное количество туристско-рекреационных ресурсов для развития кинематографического туризма на территории Санкт-Петербурга и Ленинградской области;
- недостаточная информированность потенциальных туристов о кинематографическом туризме;
- проявление интереса к кинематографическим турам среди потенциальных туристов;

- заинтересованность региональных властей в диверсификации туризма и, как следствие, в развитии кинематографического туризма в дестинации;
- необходимость больших капиталовложений на первоначальных этапах развития кинематографического туризма.

Кинематографический туризм является достаточно молодым видом туризма. Однако, уже сейчас можно увидеть его конкурентные преимущества: яркие образы, используемые в кино, привлекают туристов лучше любой рекламы; использование ландшафтов для съемок создает условия для улучшения инфраструктуры в регионе: эта инфраструктура впоследствии может использоваться не только местными жителями, но и стать базой для развития туризма; данный вид туризма также может оказать положительное влияние на развитие отечественного кинематографа и культуры.

Литература

«Анна Каренина» попала под Netflix [Электронный ресурс] // Газета Коммерсантъ. — 2021. — URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4770520> (дата обращения: 08.09.2022).

Белова Е.Д. Кинематографический туризм в России // Вестник Московского университета. Серия 5. География. — 2018. — №3. — С. 96–99.

Где и как снимали «Серебряные коньки» [Электронный ресурс] // Бюллетень кинопрокатчика. — 2020. — URL: http://www.kinometro.ru/technology/show/name/silver_skates_shooting_8399 (дата обращения: 08.09.2022).

Какие фильмы снимались в Сосновом Бору [Электронный ресурс] // информационный портал Маяк. — 2020. — URL: https://mayaksbor.ru/news/dosug/kakie_filmy_snimalis_v_sosnovom_boru/ (дата обращения: 10.09.2022).

Ленфильм. Услуги киностудии. Экскурсии [Электронный ресурс]. — 2022. — URL: <https://www.lenfilm.ru/service/Ekskursii-lenfilm/> (дата обращения: 10.09.2022).

Маршруты [Электронный ресурс] // Официальный городской туристический портал Visit Petersburg. — 2022. — URL: <https://www.visit-petersburg.ru/route/> (дата обращения: 10.09.2022).

Официальный сайт киностудии Ленфильм [Электронный ресурс]. — 2022. — URL: <https://www.lenfilm.ru/> (дата обращения: 10.09.2022).

Пермские школьники создали гид по местам фильма «Географ глобус пропил» [Электронный ресурс] // Сайт губернатора и Правительства Пермского края. — 2019. — URL: <https://www.permkrai.ru/news/permskie-shkolniki-sozdali-gid-po-mestam-filma-geograf-globus-propil/> (дата обращения: 10.09.2022).

Постановление Правительства Санкт-Петербурга от 14 ноября 2017 года N 936 О государственной программе Санкт-Петербурга «Развитие сферы туризма в Санкт-Петербурге» (с изменениями на 8 февраля 2022 года) [Электронный ресурс]. — 2017. — URL: <https://docs.cntd.ru/document/555906672> (дата обращения: 10.09.2022).

Сплав «По местам съемок фильма «Географ глобус пропил» [Электронный ресурс] // Центр экологического туризма «Зеленый Ветер». — 2014. — URL: <https://www.zel-veter.ru/catalogue/view/87> (дата обращения: 10.09.2022).

Стоп, снято! 10 российских мест, которые пользуются успехом у режиссеров [Электронный ресурс] // LiveJournal. — 2020. — URL: <https://russia-travel.livejournal.com/10875.html> (дата обращения: 10.09.2022).

Сухобская М. 35 фильмов, которые снимали в Петербурге [Электронный ресурс] // Путеводитель по Петербургу. — 2018. — URL: <https://suhobskaya.ru/35-filmov-kotorye-snimali-v-peterburge/> (дата обращения: 10.09.2022).

Netflix купил права на российский сериал «Эпидемия» [Электронный ресурс] // Газета Ведомости. — 2020. — URL: <https://www.vedomosti.ru/media/news/2020/09/02/838623-netflix-kupil-prava-na-rossiiskii-serial-epidemiya> (дата обращения: 10.09.2022).

Beeton S. Film-induced Tourism / Sue Beeton. Aspects of Tourism // Clevedon; Buffalo: Channel View Publications. — 2005. — 270 p.

Beeton S. The Advance of Film Tourism // Tourism and Hospitality Planning & Development. — 2010. — P. 1–6.

Riley R., Van Doren C.S. Movies as tourism promotion: A 'pull' factor in a 'push' location // Tourism Management, September. — 1992. — P. 267–274.